

Definir la Campaña de Información

Teniente Coronel (R) Garry J. Beavers, Ejército de los EE.UU.

NO EXISTE ninguna definición militar adecuada del término campaña de información, a pesar de su empleo frecuente para describir una técnica que se usa en las operaciones de información (IO). La Publicación Conjunta (JP) 3-13, *Joint Doctrine for Information Operations* [Doctrina Conjunta para Operaciones de Información], ofrece una oportunidad para definir y describir la campaña de información como una técnica viable para las IO y una alternativa para el manejo de la percepción.¹

Reportajes periodísticos aparecidos en los diversos medios de prensa acerca de la situación en Irak señalan preocupaciones dentro del Ejército porque las fuerzas no pueden distinguir entre una campaña de información, una IO, y el manejo de la percepción. Debemos

definir la campaña de información para que se pueda distinguir fácilmente del manejo de la percepción.

Tras las operaciones militares desarrolladas en Faluyah, Irak, *CNN* y otras agencias nacionales e internacionales de información, difundieron que el Ejército de los EE.UU. intencionalmente utilizó los medios de comunicación para medir la reacción del enemigo a los informes de las agencias de información.² La *CNN* informó que los comandantes militares fueron advertidos para “no confundir ‘operaciones de información’ con la difusión de las noticias a los reporteros”. Las FF.AA. se preocuparon debido de que se perdiera la claridad de las metas de las operaciones psicológicas (PSYOP) contra las fuerzas enemigas; la diseminación de información de manera precisa y oportuna a los

corresponsales y los esfuerzos para influenciar al público internacional. (Tal como se informó, el incidente en Faluyah se parece más al manejo de la percepción que el ámbito más amplio de las IO).

La Publicación Conjunta (JP) 1-02, *Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms* (Diccionario Militar y Otros Términos del Departamento de Defensa), define manejo de la percepción como “acciones para comunicar y/o negar información específica e indicadores que influyen las emociones, los motivos y el razonamiento objetivo del público extranjero así como sistemas de inteligencia y líderes en todos los niveles para influir opiniones oficiales, dando lugar finalmente a com-

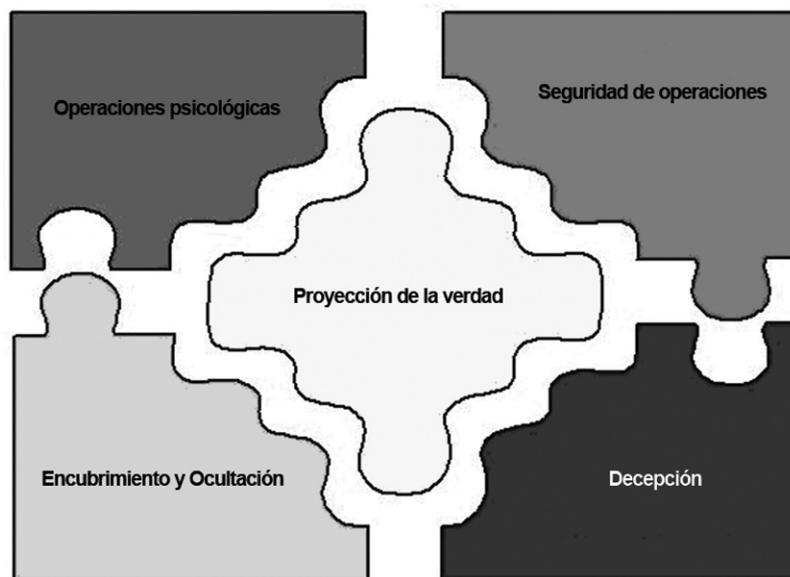


Figura 1. Manejo de la percepción.

portamientos extranjeros y acciones oficiales que favorezcan los objetivos de su autor.” De muchas formas, el manejo de la percepción combina la proyección de la verdad, operaciones de seguridad, decepción, y operaciones psicológicas.²³ (Véase la Figura 1).

Los colaboradores principales en el manejo de la percepción se relacionan directamente a varias capacidades *IO*. Por ejemplo, operaciones de Comunicación Social (*PA*) proyectan la verdad acerca de operaciones militares mediante la información pública, información de mando, y actividades con la comunidad dirigidas hacia públicos tanto internos como externos. Las Operaciones de Seguridad (*OPSEC*) y la decepción militar contribuyen a encubrir y ocultar a favor de las *IO*, pero ambos a su vez apoyan el manejo de la percepción. Según las publicaciones de doctrina conjunta, las *PSYOP* son un factor principal en las *IO* y en el manejo de la percepción.

Debido a tanta superposición, algunos representantes militares y periodistas podrían confundir las *IO* y el manejo de la percepción; es posible que mal interpreten una *IO* como manejo de la percepción y la desacrediten rápidamente. Para emplear eficazmente el concepto de una campaña de información en una *IO*, la debemos definir claramente para distinguirla del manejo de la percepción.

Las Fuerzas de los EE.UU. y de la Coalición han llevado a cabo, o están actualmente ejecutando, campañas de información en Bosnia, Kosovo, Serbia, Afganistán, e Irak para contraatacar la propaganda y desinformación creadas por gobiernos extranjeros y facciones que manipulan o intimidan a los medios de comunicación. Precisar el término adecuadamente facilitaría a los futuros encargados de las campañas de información un esbozo doctrinal sólido con el cual podrían trabajar. Una definición concisa clarificaría las relaciones doctrinarias entre las *IO* y los encargados de la Comunicación Social (*PA*), entre las *IO* y las operaciones cívico-militares, y podría ayudar a contrarrestar la creencia que bienes *PA* y *PSYOP* no pueden apoyar un objetivo común.

Para preservar la campaña de información como una técnica *IO* viable, su definición debe evitar cualquier similitud al manejo de la percepción al obviar las referencias respecto a la decepción y manipulación de percepciones. Una campaña de información debe

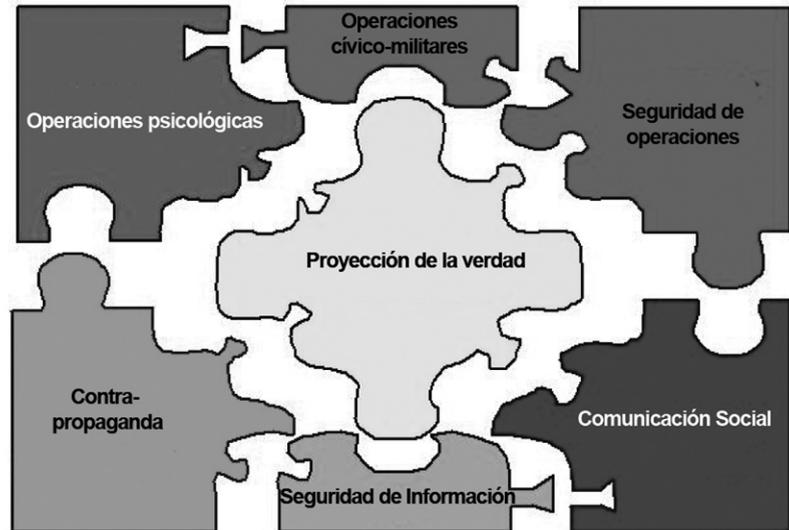


Figura 2. Componentes de una operación de información.

generar información verdadera acerca de operaciones militares y el ambiente de información para públicos externos. Este procedimiento para definir una campaña de información permitiría que los bienes *PSYOP* y *PA* coordinaran y sincronizaran sus acciones para proveer información a un público externo. La *PA* seguiría desarrollando información para el público interno (EE. UU. y coalición) mientras apoyaría una campaña de información diseñada a alcanzar el público externo. Por cuestiones de claridad y uniformidad, el término campaña de información no debe ser utilizada para describir esfuerzos de información pública e información de mando para llegar a públicos internos. *PSYOP* aún se centraría en públicos extranjeros o externos.

Potencialmente todas las capacidades de las *IO*, incluyendo pero no limitados a *PA*, *PSYOP*, y contra-propaganda, pueden contribuir a una campaña de información. La Seguridad de Información* entraría en el dialogo también al proteger y defender la información y sus sistemas. Como parte de una campaña de información, las Operaciones de Seguridad (*OPSEC*) identificarían, controlarían, y protegerían pruebas no clasificadas que se asocian con las operaciones y acciones confidenciales. (Véase la Figura 2.)

Algunos puristas doctrinales podrían sostener que el término “campaña”, una palabra estratégica y operacional, sugeriría que las campañas de información

* Seguridad de Información (*IA*) (Departamento de Defensa). Operaciones de Información que protegen y defienden información y sistemas de información al asegurar su disponibilidad, integridad, autenticación, confidencialidad, y su incapacidad de rechazar. Esto incluye la restauración de sistemas de información al incorporar capacidades de protección, detección, y reacción.

Figura 3. Unidad del esfuerzo de una campaña de infor-



Figura 3. Unidad del esfuerzo de una campaña de información.

sólo ocurren al nivel estratégico y operacional. Sin embargo, las fuerzas tácticas y aún los soldados individuales participan, y aún más, dirigen las campañas de información; ellos han sido elementos claves en campañas de información en Bosnia, Kosovo, Afganistán, e Irak. Una campaña de información exitosa debe ser completamente sincronizada y coordinada para asegurar un esfuerzo uniforme en cada nivel de guerra (estratégica, operacional, y táctica). (Véase la Figura 3.) Asimismo, los planificadores estratégicos y operacionales deben proveer a las fuerzas tácticas con el manejo de la información, inteligencia, vigilancia, y capacidades de reconocimiento necesarios para apoyar adecuadamente las campañas de información.

Una definición aceptable

La Publicación Conjunta (JP) 3-13 debe definir la campaña de información, y ésta debería estar incluida

en la JP 1-02 y otras referencias doctrinarias aplicables. La definición siguiente podría servir como un punto de partida: Campaña de Información – operaciones de información ofensivas y defensivas que generan información no clasificada y verdadera acerca de operaciones militares y el ambiente de información para un público externo. **MR**

NOTAS

1. El Estado Mayor Conjunto (JCS) Publicación Conjunta (JP) 3-13, *Joint Doctrine for Information Operations* (Washington, DC: Oficina de Imprenta del Gobierno de los EE.UU. [GPO], 2005).
2. Barbara Starr y Jamie McIntyre, "Pentagon debate rages over 'information operations' in Irak," *CNN*, 2 de diciembre de 2004, en Internet en <http://www.cnn.com/2004/US/12/02/pentagon.media/>, accedido el 27 de octubre de 2005.
3. El JCS, JP 1-02, *Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms* (Washington, DC: U.S. GPO, 12 de abril de 2001, actualizado el 9 de enero de 2003).

El Teniente Coronel (Retirado) Garry J. Beavers, Ejército de EE.UU., es el analista principal de Electronic Warfare Associates Information and Infrastructure Technologies, SA. Recibió su licenciatura y Maestría en la Universidad Estatal y Escuela Superior de North Georgia, es egresado de la Escuela de Comando y Estado Mayor del Ejército de los EE.UU. y de la Agencia de Inteligencia del Departamento de Defensa. Ha servido en una variedad de posiciones de inteligencia y operaciones de información en el territorio continental de los EE.UU. y en Bosnia.